

OL-TEAMS

ADAPTACIÓN Y EVALUACIÓN DE METODOLOGÍA I-TEAMS
PARA ACELERAR PROYECTOS CIENTÍFICO-TECNOLÓGICOS
DE ALTO IMPACTO.

CASO DEMOSTRATIVO EN LA UNIVERSIDAD DE CHILE



Plan de travail

Etapas del Proyecto

Ejecución del Programa
(4,5 meses)



↓
Diseño del
Programa
(1,5 meses)

↓
Evaluación y
Empaquetamiento
(2 meses)

Ejecución del Programa

Programa



Fase

1

Identificando oportunidades de la tecnología

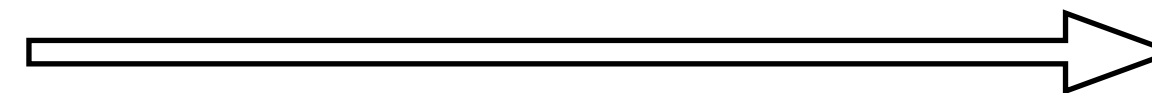
Formación
del equipo

Investigación
individual

Uso de herramientas y
métodos de decisión

Desarrollo de objetivos
y entendimiento común

Presentación a la
clase



5 - 30 Septiembre

4 semanas

Fase 1: Identificando oportunidades de la tecnología

Semana 1



Objetivo semanal: Explicar alcances, dinámicas y objetivos del proyecto. Se espera que en esta semana los equipos se conformen y sean asignados a un proyecto.

Principales actividades:

1. Actividad de formación de equipos
2. Charla motivaciones sobre la importancia de la resiliencia
3. Taller de lenguaje y entendimiento común

Insumos:

1. Herramienta de conformación de equipos (OB-IBM)
2. Charlista (Coach)
3. Pool de errores comunes en trabajo de equipo (documento)

Fase 1: Identificando oportunidades de la tecnología

Semana 2



Objetivo semanal: Iniciar a la investigación individual sobre los avances y contribuciones que se han desarrollado durante la investigación del proyecto asignado.

Principales actividades:

1. Entregar directrices sobre el desarrollo de la investigación
2. Polinización cruzada sobre la investigación
3. Coaching y teoría sobre formación y desempeño de equipos

Insumos:

1. Taller de formación de equipos OpenLab
2. Papers desarrollados durante la investigación de cada proyecto
3. Taller de polinización cruzada

Fase 1: Identificando oportunidades de la tecnología

Semana 3



Objetivo semanal: Identificar macro áreas en las que se podría desarrollar un producto o servicio en base a la investigación desarrollada.

Principales actividades:

1. Jornada de reflexión y brainstorming para identificar macro áreas
2. Clases sobre análisis de oportunidades (efecto vintage, ciclo de producto, competencia industrial, etc.)
3. Evaluación estratégica de las áreas de desempeño (en base a criterios como factibilidad, competencia, impacto, etc.)

Insumos:

1. Matrices de evaluación de productos/soluciones
2. Taller de brainstorming
3. Material y lecturas sobre análisis de oportunidades (patrones de consumo, necesidades, efecto hook, etc.)

Fase 1: Identificando oportunidades de la tecnología

Semana 4



Objetivo semanal: Resumen de la primera unidad del programa

Principales actividades:

1. Wrap up de las semanas anteriores
2. Primera sesión sobre cómo realizar presentaciones
3. Estructurar presentación
4. Sesión de análisis del desempeño grupal

Insumos:

1. Material para entender como se estructura un buen pitch
2. Instrumento de evaluación cruzada y desempeño de equipo
3. Lugar físico donde realizar las presentaciones

Fase

2

Explorando potenciales productos

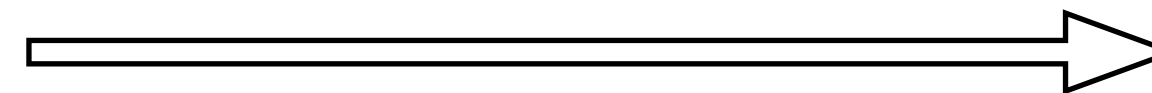
Investigación primaria
y secundaria

Desarrollo de análisis
comparativo

Identificar usuarios
primarios

Entendimiento de la
propuesta de valor

Presentación a la
clase y observadores
externos



3 - 21 Octubre

3 semanas

Fase 2: Explorando potenciales productos

Semana 5



Objetivo semanal: Iniciar el proceso de descubrimiento de potenciales productos.

Principales actividades:

1. Estructurar modularmente las funciones que se podrían empaquetar a partir de la tecnología que se estudia
2. Identificar plataformas / tecnologías que podrían albergar el funcionamiento de los paquetes tecnológicos estructurados

Insumos: 1. (Por determinar) Metodología utilizada

Fase 2: Explorando potenciales productos

Semana 6



Objetivo semanal: Identificar industrias que podrían demandar la tecnología o productos identificados.

Principales actividades:

1. A partir de los paquetes tecnológicos identificados y sus plataformas, se identificará las principales industrias donde estas podrían ser aplicadas.
2. Investigación sobre el estado del arte de los paquetes tecnológicos identificados (¿Cuales son las formas en que la industria resuelve los problemas que soluciona la tecnología identificada?)

Insumos: 1. (Por determinar) Metodología utilizada

Fase 2: Explorando potenciales productos

Semana 7



Objetivo semanal: Comparar el desempeño y oportunidades que ofrecen las opciones identificadas anteriormente con las existentes

Principales actividades:

1. Identificar los aspectos mas claves a comparar en el desempeño de las tecnologías existentes
2. Elaborar un benchmark de las opciones disponibles en los mercados identificados

Insumos: 1. Mini-curso sobre etapas del benchmark

Fase

3

Determinando atributos clave

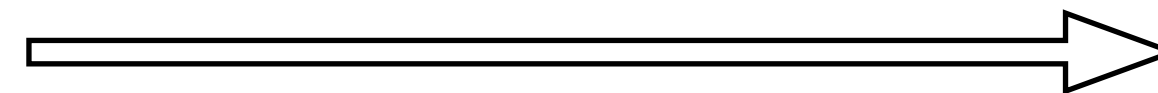
Desarrollo de prototipos

Test con grupos de usuarios
y catalyst

Evaluación de resultados

Iteración del proceso

Presentación a la
clase y observadores
externos



24 Octubre - 18 Noviembre

4 semanas

Fase 3: Determinando atributos clave

Semana 8



Objetivo semanal: Desarrollo de pretotipos

Principales actividades:

1. Definición de productos a *pretotipear*
2. Identificar aspectos claves del prototipo (¿Qué se quiere saber/ validar con esto?)
3. Desarrollo de los pretotipos

Insumos: 1. Mini-curso: “Pretotipos” (a cargo de diseñador de OpenLab)

Fase 3: Determinando atributos clave

Semana 9



Objetivo semanal: Testear con grupos de usuario / clientes los prototipos desarrollados

Principales actividades:

1. Contactar pool de usuarios
2. Diseñar jornada de prototipaje (para validar o aprender lo que se desea)
3. Ejecutar jornadas de prototipaje

Insumos: 1. Jornadas de capacitación en FabLab

Fase 3: Determinando atributos clave

Semana 10



Objetivo semanal: Evaluación sobre los resultados obtenidos en semana 9

Principales actividades:

1. Analizar y discutir datos e información obtenida mediante el proceso de testeo con clientes
2. Definir teóricamente aspectos claves de los productos que deben ser incorporados y aquellos que deben ser eliminados

Insumos:

1. Mapa empático
2. VP Canvas

Fase 3: Determinando atributos clave

Semana 11



Objetivo semanal: Iteración del proceso

Principales actividades: 1. Repetir las actividades de la semana 8

Fase

4

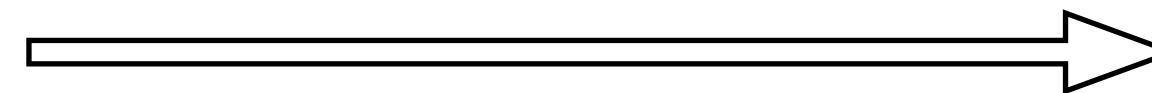
Refinando los conceptos claves

Desarrollo de prototipo

Caracterización de
atributos claves de un
producto

Iteración y validación
de supuestos del producto
y los usuarios finales

**Presentación a la
clase y observadores
externos**



21 Noviembre - 23 Diciembre

5 semanas

Fase 4: Refinando los conceptos claves

Semana 12 y 13



Objetivo semanal: Desarrollo de un MVP

Principales actividades:

1. Definir las variables críticas que deben ser validadas
2. Desarrollo de prototipos

Fase 4: Refinando los conceptos claves

Semana 14 y 15



Objetivo semanal: Desarrollar pruebas de los prototipos desarrollados en conjunto con los principales usuarios

Principales actividades:

1. Entrevistar a usuarios sobre la experiencia que tuvieron luego de conocer/utilizar el/los prototipos
2. Caracterizar atributos según grado de aceptación

Insumos: 1. Estructura de entrevista y sistematización de información

Fase 4: Refinando los conceptos claves

Semana 16



Objetivo semanal: Caracterizar los atributos claves que debe poseer un producto basado en la tecnología que se estudia

Principales actividades:

1. Posicionar el producto en el mercado según diferentes atributos que deberían ser considerados
2. Desarrollar visualizaciones del producto en el mercado y su competencia

Insumos: 1. Matrices de evaluación

Fase

5

Estrategia *Go-to-Market*

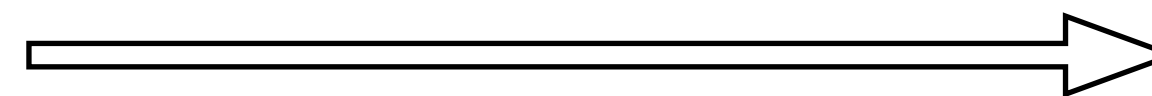
Integración de la
propiedad intelectual

Estrategia de pricing

Identificación de
usuario final

Caracterización
del mercado

Presentación a
investigador encargado
del proyecto



2 - 13 Enero

2 semanas

Fase 5: Estrategia *Go-to-Market*

Semana 17



Objetivo semanal: Caracterizar entorno en el que impactan los productos diseñados

Principales actividades:

1. Cuantificar tamaño de mercado
2. Definir y caracterizar el/los clientes
3. Identificar ciclo del producto en el mercado
4. Identificar competencia y necesidades de financiamiento

Insumos: 1. Herramientas de evaluación de proyectos (PESTEL, Canvas, etc.)

Fase 5: Estrategia *Go-to-Market*

Semana 18



Objetivo semanal: Definir estrategias para adopción de la tecnología y penetración de mercado

Principales actividades:

1. Estrategia de pricing
2. Incorporación de la propiedad intelectual en el modelo de negocio
3. Definir early adopters
4. Definir métricas de negocio para primer año de funcionamiento
5. Identificar fondos que podrían permitir el desarrollo de las soluciones ideadas

Insumos:

1. Taller sobre propiedad intelectual
2. Material y técnicas sobre pricing (EVC, Conjoin analysis, etc.)

OL-TEAMS

ADAPTACIÓN Y EVALUACIÓN DE METODOLOGÍA I-TEAMS
PARA ACELERAR PROYECTOS CIENTÍFICO-TECNOLÓGICOS
DE ALTO IMPACTO.

CASO DEMOSTRATIVO EN LA UNIVERSIDAD DE CHILE

